



MARKETING & THƯƠNG HIỆU

SVTH: Nguyễn Văn Quí

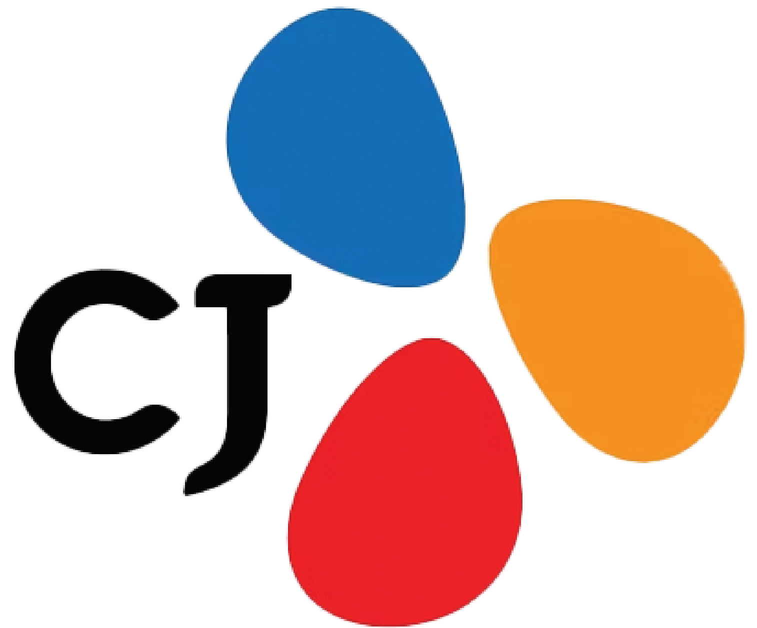
MSSV: 2100012297

CLASS: 21DDH1B

GVHD: Trần Thanh Hùng

CJ GROUP

CJ Corporation (Tiếng Hàn: CJ 그룹) là một tập đoàn đa quốc gia của Hàn Quốc có trụ sở chính tại Seoul. Tập đoàn bao gồm nhiều doanh nghiệp trong các ngành công nghiệp thực phẩm và dịch vụ thực phẩm, dược phẩm và công nghệ sinh học, giải trí và truyền thông, mua sắm tại nhà và hậu cần.[1] CJ Group ban đầu là một chi nhánh của tập đoàn Samsung cho đến khi tách ra trở thành 1 công ty độc lập khỏi tổ chức mẹ trong những năm 1990.[2]



CJ xuất phát từ "Cheil Jedang" (Hangul: 제일), có nghĩa đen là "doanh nghiệp đường số một" - ngành công nghiệp nơi tập đoàn bắt đầu kinh doanh.



Các công ty con đáng chú ý của CJ bao gồm CJ Cheil Jedang (thực phẩm và đồ uống), CJ Korea Express (hậu cần), CJ Olive Networks (chuỗi cửa hàng chăm sóc sức khoẻ và sắc đẹp và công nghệ thông tin), CJ ENM (giải trí và bán lẻ), và CJ CGV (chuỗi rạp chiếu phim).

LỊCH SỬ HÌNH THÀNH



Được thành lập vào năm 1953 với tư cách là nhà sản xuất đường đầu tiên tại Hàn Quốc và CJ Cheiljedang đã dẫn đầu ngành công nghiệp thực phẩm của Hàn Quốc trong hơn 60 năm. Truyền bá hương vị tuyệt hảo của Hàn Quốc đến mọi nơi trên thế giới, những sản phẩm chất lượng đáp ứng khẩu vị địa phương nhưng cũng mang đầy trải nghiệm hương vị Hàn Quốc.

Chúng tôi cam kết cải thiện cuộc sống của người dân Việt Nam và người dân trên thế giới thông qua các loại thực phẩm chất lượng cao, đảm bảo vệ sinh và có giá trị hương vị tuyệt vời. Hãy cùng chúng tôi tạo nên một lối sống lành mạnh & tiện lợi hàng ngày.

Các giai đoạn phát triển

1953-1969

Trở thành nhà sản xuất đường đầu tiên tại Hàn Quốc

1970 - 1979

Mở rộng văn hóa ẩm thực và khởi đầu thương hiệu Beksul, xây dựng và sản xuất thức ăn chăn nuôi.



1980 - 1989

Triển khai đổi mới và phát triển thị trường nước ngoài. 1986 Doanh số lần đầu tiên đạt 100 triệu KRW trong ngành thực phẩm trong nước.
Hoàn thành xây dựng Nhà máy Icheon 1 (bắt đầu kinh doanh chế biến thịt).







1990 - 1999

Trở thành đơn vị duy nhất trong ngành công nghiệp thực phẩm và sinh học trong nước. Lần đầu tiên doanh số của nó lên tới 1 nghìn tỷ KRW trong ngành thực phẩm trong nước.
Năm 1996, nó trở thành 'Tập đoàn Cheil Jedang' cùng với việc hoàn toàn chính thức tách khỏi Tập đoàn Samsung vào tháng 2 năm 1997.

2000 - 2009



Kỷ nguyên của một bước nhảy vọt về chất lượng và định lượng trong kinh doanh thực phẩm và BIO. Năm 2001 gia nhập ngành kinh doanh thức ăn chăn nuôi tại Việt Nam. 2003 gia nhập kinh doanh thức ăn chăn nuôi ở Trung Quốc. Vào năm 2007 thành lập một công ty điều hành, CJ Cheil-Jedang Co., Ltd.

2010 - 2019

2010 Đã hoàn thành xây dựng nhà máy muối phơi khô lớn nhất thế giới. Năm 2012, lần đầu tiên doanh số bán hàng của nó vượt quá 7 nghìn tỷ KRW trong ngành thực phẩm. Năm 2013 đạt được Chứng nhận Carbon thấp cho 4 sản phẩm đường Beksul. 2015 được hợp nhất vào Chỉ số Bền vững Dow Jones Châu Á - Thái Bình Dương. Xếp vị trí số 1 tại Hàn Quốc và Mỹ với món bánh bao 'bibigo' 2016. Bibigo đã được chọn là nhà tài trợ chính thức cho Giải vô địch PGA Tour thường xuyên, THE CJ CUP @ NINE BRIDGES năm 2017. Vào năm 2018 đạt xếp hạng số 1 trên thế giới về axit amin làm thức ăn chăn nuôi, Valine Gia nhập vào ngành kinh doanh thức ăn chăn nuôi ở Myanmar.



ĐỊNH HƯỚNG PHÁT TRIỂN

Nhiệm vụ

Đóng góp cho cộng đồng toàn cầu bằng cách cung cấp giá trị tốt nhất với các sản phẩm và dịch vụ ONLYONE của chúng tôi.

ONLYONE

Tầm nhìn

Công ty phong cách sống toàn cầu truyền cảm hứng cho một cuộc sống mới khỏe mạnh, hạnh phúc và tiện lợi.



Sức khỏe Niềm vui Tiện lợi

Giá trị cốt lõi

Nhân tài: Nhân tài hàng đầu - Văn hóa cương nhu.
Đầu tiên: Tốt nhất - Khác biệt.
Tương sinh: Kiến tạo hệ sinh thái - Giá trị chia sẻ.



CJ truyền cảm hứng tới thế giới với tinh thần Only One.

Văn hóa



CJ luôn làm tốt nhất việc sáng tạo nét văn hóa mới.
CJ luôn dẫn đầu trong việc quảng bá văn hóa Hàn Quốc tới thế giới, đồng thời đưa làn sóng Hallyu lan rộng trên toàn thế giới.

Tính toàn cầu



CJ luôn định hướng trở thành một doanh nghiệp toàn cầu với tiêu chí mang lại hạnh phúc cho mọi người. Chúng tôi mong muốn mỗi người dân trên khắp thế giới mỗi ngày sẽ thưởng thức cac sản phẩm về giải trí, phim ảnh, ẩm thực, âm nhạc do chúng tôi tạo ra

OnlyOne



Tinh thần ONLY ONE được thể hiện ở năng lực cốt lõi là Đầu tiên, Tốt nhất, Khác biệt. CJ không ngừng sáng tạo ra các sản phẩm, dịch vụ, ngành kinh doanh mới dựa trên tinh thần này.

LĨNH VỰC KINH DOANH

Công nghệ sinh học













Giải trí & Truyền thông













Kho Vận

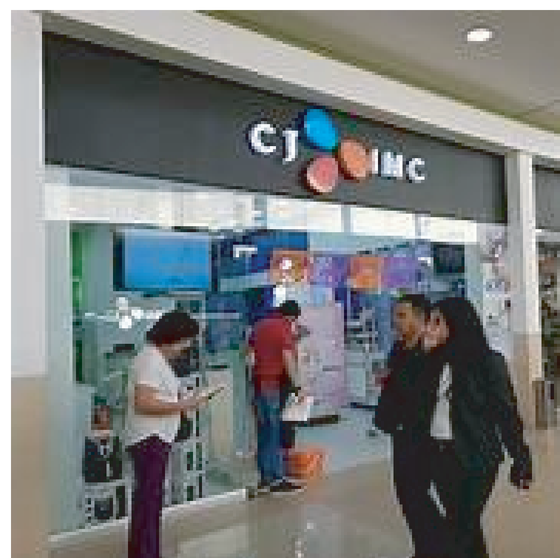

CJ
LOGISTICS


CJ LOGISTICS


CJ
GEMADEPT
LOGISTICS
GEMADEPT


CJ
GEMADEPT
LOGISTICS
GEMADEPT


CJ
IMC

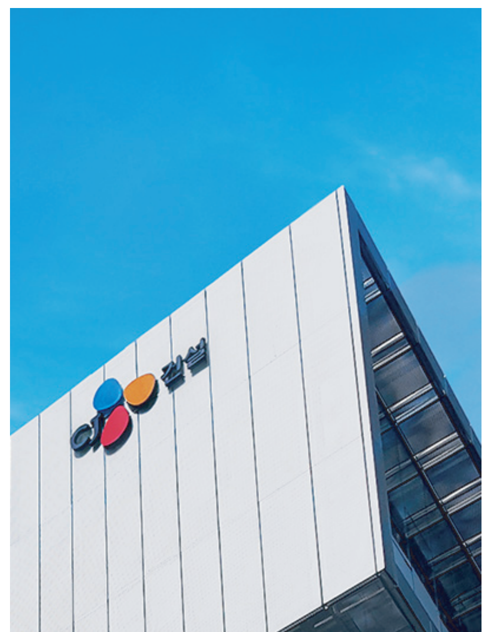

CJ IMC

Cơ sở hạ tầng


CJ BUILDING


SINCE
1990
CJ BUILDWARE
TILES & SANITARY


CJ E&C




CJ OLIVENETWORKS



Thực phẩm & Dịch vụ Thực phẩm



















CJ Foods Việt Nam là trụ sở thuộc lĩnh vực Thực phẩm & Dịch vụ thực phẩm đang hoạt động tại Việt Nam của tập đoàn CJ Cheiljedang. Kể từ khi thành lập vào năm 1978, CJ Foods đã nhanh chóng trở thành nhà sản xuất và phân phối các sản phẩm thực phẩm tại châu Á.

HÀNH TRÌNH PHÁT TRIỂN CỦA CJ FOODS

1978 - 2001

Chia sẻ cơ hội phát triển với Trung Quốc và cùng nhau tạo ra một cuộc sống tốt đẹp hơn.

Vào năm thứ hai sau khi Trung Quốc và Hàn Quốc thiết lập quan hệ ngoại giao, nhà máy thực phẩm đầu tiên được thành lập tại Thanh Đảo, Sơn Đông. Nó đánh dấu sự gia nhập chính thức của Tập đoàn CJ vào Trung Quốc và mở ra một chương phát triển của Trung Quốc.

2002 - 2005

Bốn phân khúc kinh doanh chính đã dần dần vào Trung Quốc và về cơ bản đã hoàn thành việc bố trí kinh doanh tại Trung Quốc.

Với thông báo chính thức về chiến lược toàn cầu hóa của Tập đoàn CJ, Thực phẩm & Dịch vụ ăn uống, Công nghệ sinh học, Hậu cần & Lưu thông mới, Giải trí & Truyền thông và bốn mảng kinh doanh chính khác của Tập đoàn đều đã gia nhập Trung Quốc.

2006 - 2016

Đạt được sự phát triển toàn diện và có chiều sâu thông qua quản lí nhóm.

Với việc thành lập trụ sở chính tại Trung Quốc, CJ đã thực hiện quản lý nhóm tại Trung Quốc, Nhận diện thương hiệu đã được cải thiện rất nhiều và nó dần trở thành một thương hiệu gắn liền với cuộc sống của người dân Trung Quốc.

2017 - 2022

Bước nhảy vọt đến mục tiêu cao hơn.

Hiện thực hóa sự đổi mới và tăng trưởng trong tương lai với tinh thần ONLYONE và sức mạnh siêu hàng đầu.

THƯƠNG HIỆU ĐÁNG TỰ HÀO

Bibigo

Bibigo được tạo nên trên nền tảng là sự am hiểu về ẩm thực trải dài suốt 5,000 năm của Hàn Quốc bởi CJ Cheiljedang - Công ty thực phẩm đứng đầu Hàn Quốc. Với sự am hiểu đó, kết hợp giữa phong cách sống hiện đại, là nguồn cảm hứng để bibigo chia sẻ những tinh túy truyền thống của ẩm thực Hàn với thế giới.



Ohya

Bằng sự am hiểu về nhu cầu ăn nhẹ của giới trẻ (Gen Z) hiện nay, Ohya là một thương hiệu phá cách, mang đến những món ăn nhẹ không chỉ mới lạ trong hình thức, mà còn là snack trải nghiệm khác biệt. Với điểm nhấn riêng của thương hiệu Ohya, chúng tôi tư tin hướng đến mục tiêu trở thành thương hiệu snack được yêu thích bởi người tiêu dùng Việt trong tương lai.



Cầu tre

Cầu Tre là thương hiệu lâu đời, được thành lập từ năm 1983 với lịch sử 40 năm hình thành và phát triển. Tại Cầu Tre, chúng tôi luôn không ngừng cố gắng nâng tầm tinh hoa ẩm thực Việt. Chất lượng trong từng sản phẩm luôn là tiêu chí được chú trọng hàng đầu.



Xe Đạp

Tất cả sản phẩm từ Xe Đạp đều được đầu tư chỉnh chu từ nguồn nguyên liệu đến từng công đoạn sản xuất, từ đó mà chúng tôi tự tin mang đến những chất lượng tốt nhất cho người dùng. Xe Đạp đang cố gắng từng ngày để thực hiện sứ mệnh đóng góp cho sự phát triển của ngành công nghiệp thực phẩm Việt Nam thông qua việc phát triển các sản phẩm bột mì và bột trộn sẵn chất lượng chuyên biệt nhằm mục đích nâng cao thêm một bước cho văn hóa ẩm thực của người Việt Nam.



Hetbahn

Hetbahn có nghĩa là gạo mới thu hoạch và được nấu chín. Hạt gạo được đánh bóng thông qua việc quản lý nghiêm ngặt nguyên liệu tại nhà máy của CJ và được nấu chín trong ngày. Sau đó, gạo được đóng gói trong một môi trường vô trùng để có thể giữ được hương vị thơm ngon mùi gạo mới. Và Hetbahn luôn cố gắng trở thành thương hiệu tiêu biểu bằng cách tạo ra sự hài lòng của khách hàng và các sản phẩm mới với chất lượng tốt nhất và công nghệ tiên tiến.



HEACHANDLE

Từ những buổi sáng bận rộn hàng ngày đến những giờ ăn uống nhàn nhã vào cuối tuần, chúng tôi mang đến những khoảnh khắc nấu nước tuyệt vời đến bạn. Với bí quyết lâu đời, Beksul đang tạo nên cuộc sống hàng tiện lợi ngày bằng sự chuyên nghiệp và đáng tin cậy.



Dasida

Kể từ năm 1975, DASIDA đã lưu giữ trọn vẹn hương vị Hàn Quốc. Hiện tại, DASIDA vẫn tiếp tục nghiên cứu để tạo ra các sản phẩm dùng cho việc nấu những món ăn ngon và tự hào khi được chia sẻ những hương vị tuyệt vời với gia đình bạn.



Beksul

Từ những buổi sáng bận rộn hàng ngày đến những giờ ăn uống nhàn nhã vào cuối tuần, chúng tôi mang đến những khoảnh khắc nấu nướng tuyệt vời đến bạn.

Với bí quyết lâu đời, Beksul đang tạo nên cuộc sống hàng tiện lợi ngày bằng sự chuyên nghiệp và đáng tin cậy.



Inner B

Innerb - thuộc tập đoàn CJ Cheil-jedang Hàn Quốc, là thương hiệu dẫn đầu xu hướng nuôi dưỡng da từ bên trong. Innerb giúp phục hồi sự cân bằng của làn da bằng cách bổ sung dưỡng chất thiết yếu cho da, từ đó cải thiện sự khỏe đẹp bên ngoài của da.







Bibigo là đại diện toàn cầu của ẩm thực Hàn Quốc, tạo ra một phong cách sống mới bằng cách bổ sung các giá trị hiện đại vào ẩm thực truyền thống Hàn Quốc. CJ Cheiljedang - niềm tự hào của ẩm thực Hàn Quốc với hơn 60 năm lịch sử, đã tạo ra thương hiệu "Bibigo", chia sẻ hương vị Hàn Quốc đến khắp nơi trên thế giới.

Bibigo chế biến thực phẩm bằng cả tấm lòng.

Công thức bí mật gìn giữ hương vị thực sự của món ăn Hàn Quốc chính là sự chân thành. Để mọi người có thể thưởng thức sự chân thành của chúng tôi trên bàn ăn, chúng tôi chế biến các món ăn Hàn Quốc và chia sẻ với thế giới.

Bibigo cam kết chỉ sử dụng những nguyên liệu tốt nhất theo mùa được trồng trên những vùng đất sạch và sử dụng nước sạch.

Cẩn thận cân đối sự hài hòa giữa các loại thực phẩm để mang lại những bữa ăn lành mạnh và bổ dưỡng.

Sự chân thành không quản ngại những gì ngoài tầm tay để tạo ra sự khác biệt dù nhỏ nhất trong hương vị để tạo ra công thức hoàn hảo.





Một số sản phẩm của Bibigo



Mandu



Bulgogi (Thịt)



Kimchi



Kuk & Tang (Canh)



Juk (cháo)



Grilled fish
(Cá nướng)



Gim (rong biển)

Mandu món bánh xếp chứa đựng nét văn hóa ẩm thực đặc trưng của Hàn Quốc.

Mandu là gì?

Mandu là một món bánh gối của người Triều Tiên, tương tự món gyoza của người Nhật Bản. Khi được nướng hoặc chiên, món này được gọi là gunmandu. Mandu thường được dùng với nước chấm pha từ xì dầu và dấm. Mandu thường được ăn kèm với kim chi, và một nước chấm làm từ nước tương, dấm và ớt. Họ thường được làm đầy với thịt băm nhỏ, đậu hũ, hành lá, tỏi và gừng.

Nguồn gốc

Mandu được cho là lần đầu tiên xuất hiện tại Hàn Quốc vào triều đại Goryeo (918 – 1392); do những người Mông Cổ truyền bá. Thế nhưng một số nguồn tin khác lại cho rằng Mandu được phổ biến tại xứ sở này nhờ những thương lái đến từ Trung – Đông. Chính điều này đã dẫn đến có nhiều dị bản trong hình thức và cách chế biến Mandu, từ đó người dân xứ Hàn đã cải biến bánh Mandu dựa trên khẩu vị và cách chế biến của mỗi vùng miền.



Ý nghĩa

Là loại bánh xuất hiện từ thuở khai sinh lập địa, bánh Mandu đối với người Hàn Quốc mang ý nghĩa chính là thuyết âm dương ngũ hành, đây là sự kết hợp giữa nhân rau củ và thịt. Bánh Mandu nhân thịt là sự tượng trưng của sự kết hợp giữa âm và dương. Ngoài ra còn là lạnh và nóng. Cân bằng âm dương này mang lại dinh dưỡng hoàn hảo cho cơ thể. Hình thức gói bánh hình tròn hay hình gối cũng tượng trưng cho yếu tố trời và đất trong vạn vật. Bánh Mandu hình tròn còn mang biểu tượng đoàn viên và hạnh phúc trọn vẹn. Loại bánh này rất được ưa chuộng trong dịp Tết Nguyên Tiêu tại đất nước Hàn Quốc.





Một số loại Mandu

Tùy theo cách chế biến và nhân bên trong mà người Hàn Quốc có thể đặt nhiều cái tên chon món Mandu.

Jjin-mandu

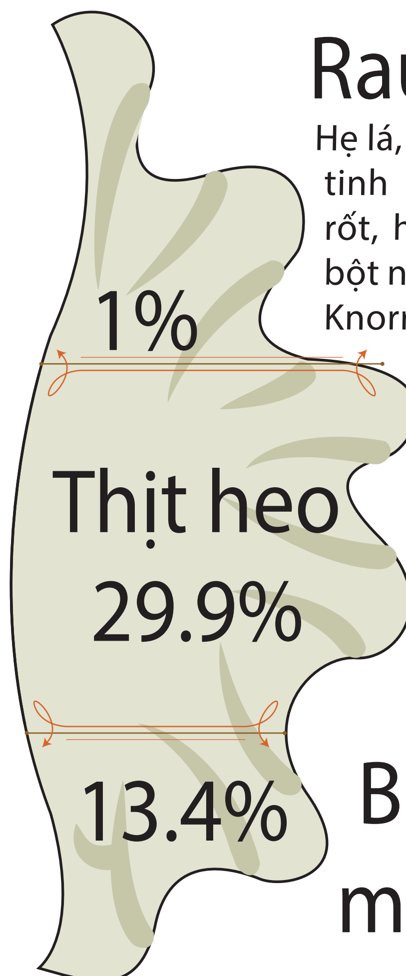




Gun-mandu

Giá trị dinh dưỡng

Theo các chuyên gia dinh dưỡng, trong 100g bánh xếp mandu chứa khoảng 258 calo, 20g carbohydrate, 430mg sodium, 16g chất béo, 20mg cholesterol, 1.7g đường, 8.5g protein, 60mg canxi và 0.5g chất sắt.
Mỗi mandu cỡ trung bình chỉ nặng khoảng 35g, suy ra 1 cái bánh mandu cung cấp khoảng 90 calo.
Các bác sĩ dinh dưỡng cho biết, nhu cầu năng lượng cho hoạt động sống của người trưởng thành là khoảng 2000 calo/người/ngày. Trung bình mỗi bữa ăn cần cung cấp khoảng 667 calo.



Rau củ

Hẹ lá, củ sắn, nước, tinh bột bắp, cà rốt, hành tím, tỏi, bột năng, hạt nêm Knorr,...

Bột mì mỡ heo

Thành phần trong Mandu nhân thịt

Khách hàng

Không chỉ đơn thuần là món bánh Mandu, dòng sản phẩm của CJ CheilJedang chính là di sản mang hồn của ẩm thực và văn hóa Hàn Quốc. Bibigo mang đến hương vị nguyên bản, đậm chất Hàn Quốc, cam kết 100% không sử dụng chất phụ gia, nhờ đó giữ trọn hương vị tươi ngon vốn có của các loại nguyên liệu. Chính vì thế Mandu được rất nhiều người ưa chuộng ở bất kì lứa tuổi nào.



Các loại bánh giống với Mandu

Gyoza
(Nhật Bản)





Sủi cảo
(Trung Quốc)

Ban
(Trung Quốc)



Một số thương hiệu khác





Nhân thịt gà | 12 cái 325g





Nhân hải sản | 5 cái 175g





Nhân thịt truyền thống | 20 cái 200g





Nhân tôm | 25-30 cái 500g





Nhân thịt heo | 25 cái 500g





King-Sized Dumpling | 5 cái 350g





Tôm thịt đặc biệt | 24 cái 200g





Nhân tôm thịt | 42 cái 500g

